



Facultad de Ciencias de la Administración

Carrera de Administración de Empresas

**IDENTIFICACIÓN DE ALGUNAS DE LAS
PRINCIPALES VARIABLES Y SU
INFLUENCIA EN LA UTILIZACIÓN DE
TARJETA DE CRÉDITO COMO MÉTODO DE
COBRO EN ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES: UN ANÁLISIS**

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado
en Licenciado en Administración de Empresas

Autores:

Mateo Sebastián Villavicencio Rodas.

Director:

Jaime Marcelo Calle Calle.

Cuenca – Ecuador

2022

Índice de contenidos

Índice de contenidos	i
Resumen	ii
Abstract.....	iii
1. Introducción.....	1
1.1 Objetivos.....	1
1.1.1 Objetivo general	1
1.1.2 Objetivos específicos.....	1
1.2 Revisión de la literatura	1
1.2.1 Intención de compra.....	1
1.2.2 Valor percibido.....	2
1.2.3 Credibilidad en la publicidad	3
2. Métodos	4
3. Resultados y discusión	5
3.1 Distribución de la muestra	5
3.2 Estudios estadísticos descriptivos	7
3.3 Modelo Estructural	8
4. Conclusión.....	11
5. Limitaciones y recomendaciones.....	12
6. Referencias	12

Resumen

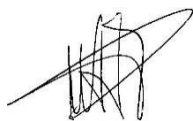
Las entidades financieras del sector de la economía popular y solidaria tienen un nulo acceso para adquirir una licencia de emisión de tarjetas de crédito por los altos costos incurridos. El objetivo de esta investigación fue identificar algunas de las principales variables y su influencia en la utilización de tarjeta de crédito como método de cobro en establecimientos comerciales. El estudio que se realizó fue cuantitativo con alcance descriptivo, como materiales se utilizó una encuesta la cual, fue construida en base a cuestionarios validados para los establecimientos comerciales de la ciudad de Cuenca. Los resultados arrojan que las variables identificadas credibilidad en la publicidad y valor percibido son estadísticamente significantes en relación, a la adquisición de un nuevo mecanismo de cobro con tarjeta de crédito. En conclusión, las variables analizadas son de gran importancia para las empresas procesadoras de tarjetas de crédito para formar una estructura comercial más fuerte.

Palabras clave: empresas procesadoras, entidades financieras, establecimientos comerciales, tarjetas de crédito.

Abstract

The financial entities of the Social and Solidarity Economy sector have no access to acquire a credit card issuing license due to the high costs incurred. The objective of this research was to identify some of the main variables and their influence on the use of credit cards as a payment method in commercial establishments. The study had a quantitative approach with a descriptive scope. The methodology consisted of the application of a survey based on validated questionnaires for commercial establishments in the city of Cuenca. The results show that the variables identified as “advertising credibility” and “perceived value” are statistically significant in relation to the acquisition of a new credit card payment mechanism. In conclusion, the variables analyzed are of great importance for credit card processing companies to form a stronger commercial structure.

Keywords: commercial establishments, credit cards, financial institutions, processing companies.



Mateo Sebastián Villavicencio Rodas
85159
0979276455
mateo3220@es.uazuay.edu.ec



Firma del director del trabajo
Marcelo Calle, PhD



Firma Unidad de Idiomas